



**Sprawozdanie z przeprowadzonych konsultacji społecznych
do projektu Polityki Rozwoju Turystyki Województwa Śląskiego 2030**

Imię i nazwisko osoby zgłaszającej uwagi: Regionalne Centrum Analiz i Planowania Strategicznego, Magdalena Kolasińska, Wojciech Dąbrowa

Data wypełnienia: 28.02.2023

Lp .	Część Polityki Rozwoju Turystyki Województwa Śląskiego 2030 , do którego odnosi się uwaga (rozdział/strona/punkt)	Sugerowana zmiana (konkretna propozycja nowego brzmienia) projektu Polityki Rozwoju Turystyki Województwa Śląskie 2030	Uzasadnienie	Decyzja (przyjęta/ nieprzyjęta)	Wyjaśnienie
1	Turystyka w gospodarce, str. 21	Dodać informacje o udziale przedsiębiorstw i pracujących z sekcji I i R w ogólnej wartości wskaźników oraz informacji o wartości dodanej brutto wytwarzanych w tych sekcjach	Celem jest pokazanie wielkości sektora turystycznego w regionalnej gospodarce	Uwaga uwzględniona	Dodano informację o wartości dodanej brutto.
2	Kluczowe wnioski z diagnozy strategicznej, Liczne szlaki turystyczne, str. 33	Szlak Zabytków Techniki jest tematycznym, samochodowym szlakiem turystyczno-kulturowym,	Propozycja usunięcia określenia „samochodowym”. Ze względu na dużą gęstość obiektów na szlaku zabytków techniki możliwe są inne formy przemieszczania się pomiędzy atrakcjami. Czy istnieją specjalne preferencje	Uwaga uwzględniona	



			lub udogodnienia na szlaku dla tego rodzaju transportu?		
3	Kluczowe wnioski z diagnozy strategicznej, Liczne szlaki turystyczne, str. 33	Obecnie (wg. stanu na dzień....) w jego skład wchodzi 40 obiektów.	Z uwagi na przyłączanie nowych obiektów do szlaku warto dodać informację na jaki dzień podano dane.	Uwaga nieuwzględniona.	Informacja ma charakter ramowy. Usunięto słowo obecnie.
4	Sektor turystyki jako element rozwoju i transformacji regionu, Śląskie w transformacji, str. 42		Można uzupełnić o cele ze Strategii Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2030” Cel operacyjny: C.3. Atrakcyjne warunki zamieszkania, kompleksowa rewitalizacja, zapobieganie i dostosowanie do zmian klimatu; - Rekultywacja i rewitalizacja obszarów zdegradowanych oraz zagospodarowanie terenów i obiektów przemysłowych m.in. na cele środowiskowe, gospodarcze, kulturalne, rekreacyjne. Cel operacyjny: D.2. Aktywna współpraca z otoczeniem i kreowanie silnej marki regionu; - Organizacja flagowych wydarzeń biznesowych, naukowych, sportowych, kulturalnych promujących województwo i wykorzystujących unikatowe atuty regionu. - Ochrona, promocja oraz podnoszenie atrakcyjności	Uwaga uwzględniona	



			miejs i obiektów o wartości historycznej, symbolicznej, architektonicznej, przyrodniczej, stanowiących „wizytówki” regionu.		
5	Sektor turystyki jako element rozwoju i transformacji regionu, Śląskie w transformacji, str. 42		W Strategii Rozwoju Województwa Śląskiego ujęto jeszcze inne przedsięwzięcia w których realizację wpisuje się Polityka, tj. Kulturalne Śląskie, Park Śląski – zielone serce regionu, Eko Śląskie	Uwaga uwzględniona	
6	Postawy turystyczne, str. 44-45	Wykreślić wszystkie akapity poza pierwszym związanym z omówieniem badania ruchu turystycznego zrealizowanego przez ŚOT	Wnioskowanie nieuprawnione ze względu na zbyt małe próby w badaniu (np. N=88 dla turystów zewnętrznych)	Uwaga nieuwzględniona	
7	Turystyka siłą napędową rozwoju lokalnego, str. 46	Dopisać ile i jakich jednostek samorządu terytorialnego wzięło udział w badaniu	Brak możliwości zidentyfikowania próby	Uwaga uwzględniona	Dodano informacje.
8	Terytorialny wymiar podejmowanych działań – Marki terytorialne województwa śląskiego, Marki terytorialne, str. 54	.	Proponuję wyjaśnienie w przypisie dlaczego nie da się przedstawić w sposób jednolity granic marek terytorialnych.	Uwaga nieuwzględniona.	Marki mają w wymiarze terytorialnym charakter otwarty.
9	Terytorialny wymiar podejmowanych działań – Marki terytorialne województwa śląskiego, Tabela 3 Marki terytorialne w województwie śląskim –	–słaba aktywność marketingowa na poziomie ponadlokalnym - brak spójnej strategii marketingowej Śląska Cieszyńskiego jako	Zapis nie do końca zrozumiały. Istnieją działania promocyjne poszczególnych gmin na poziomie ponadlokalnym, dobrym przykładem może być gmina Istebna.	Uwaga uwzględniona	



	potencjały i wyzwania, str. 56	jednej marki terytorialnej			
10	Terytorialny wymiar podejmowanych działań – Marki terytorialne województwa śląskiego, str. 56	Dopisać turystyka festiwalowa do marki Śląsk Cieszyński	Istnienie rozpoznawalnych w Polsce festiwali przyciągających turystów, w szczególności Kino na Granicy	Uwaga uwzględniona	
11	Terytorialny wymiar podejmowanych działań – Marki terytorialne województwa śląskiego, str. 56	Dopisać materialne dziedzictwo kulturowe np. Rotunda św. Mikołaja w Cieszynie do marki Śląsk Cieszyński	Rotunda św. Mikołaja stanowi jeden z nielicznych romańskich zabytków piastowskiego dziedzictwa Polski	Uwaga uwzględniona	
12	Terytorialny wymiar podejmowanych działań – Marki terytorialne województwa śląskiego, str. 57	Dopisać dziedzictwo architektoniczne modernizmu i okresu PRL	Istnienie wielu znaczących przykładów architektury modernistycznej i powojennej, np. Dom tekstylny Weichmanna w Gliwicach, Drapacz Chmur w Katowicach, Hala widowiskowo-sportowa Spodek w Katowicach	Uwaga uwzględniona	Dopisano: dopisać dziedzictwo architektoniczne modernizmu
13	Terytorialny wymiar podejmowanych działań – Marki terytorialne województwa śląskiego, Tabela 3 Marki terytorialne w województwie śląskim – potencjały i wyzwania		Różne czcionki nazw marek w tabeli.	Uwaga uwzględniona	Ujednolicono
14	Wizja turystyki w województwie śląskim, str. 63	Dopisać do „Turystyka w województwie śląskim w horyzoncie roku 2030+ to dziedzina:” akapit „pielęgnująca dziedzictwo i pamięć	Potrzeba utrwalania pamięci o wspólnej przeszłości i dziedzictwie wielu grup etnicznych	Uwaga uwzględniona	



		historyczną Polaków i innych narodów zamieszkujących wspólnie ten region".			
15	Wizja turystyki w województwie śląskim, str. 63	Dopisać do „Turystyka w województwie śląskim w horyzoncie roku 2030+ to dziedzina:” akapit „dostępna dla ludzi z różnymi formami niepełnosprawności oraz inkluzyjna społecznie”.	Potrzeba wzmocnienia dostępności tak w zakresie ograniczeń związanych z niepełnosprawnościami jak i ograniczeniami ekonomicznymi i społecznymi.	Uwaga uwzględniona	
16	Cele strategiczne i cele operacyjne rozwoju turystyki w województwie śląskim, str. 67	Zamienić C.2.2 „Synergiczny rozwój turystyki z inteligentnymi specjalizacjami regionu (gospodarką opartą na wiedzy, gospodarką kreatywną)” na Synergiczny rozwój turystyki z inteligentnymi specjalizacjami regionu (w szczególności przemysłami kreatywnymi, ICT i zieloną gospodarką)	Dokładniej dookreśla inteligentne specjalizacje regionu. Gospodarka oparta na wiedzy jest pojęciem znacznie szerszym i nie jest taką specjalizacją w znaczeniu Regionalnej Strategii Innowacji	Uwaga uwzględniona	
17	Cele strategiczne i cele operacyjne rozwoju turystyki w województwie śląskim, str. 67	Zmienić „Atuty regionu eksponowane przez ofertę turystyczną” na „Wzmocnienie ruchu turystycznego przez wyeksponowanie atutów regionu za	Taki zapis bardziej uwidacznia cel. Cele operacyjne C3.1 i C3.2 pozostają tożsame, atrakcyjność zamieszkania w regionie to też atut regionu.	Uwaga nieuwzględniona.	Propozycja nie wpisuje się w konwencję brzmienia celów.



		pomocą bogatej i różnorodnej oferty turystycznej”			
18	Cele strategiczne i cele operacyjne rozwoju turystyki w województwie śląskim, str. 67	Do „Społeczność regionu świadoma wartości dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego województwa śląskiego” dopisać społeczność kraju	Rozszerzenie zapisu pozwoli na zwiększenie spójności społecznej kraju oraz zrozumienie dla różnic kulturowych między regionami	Uwaga uwzględniona	Dokonano zmiany brzemienia celu na: Wysoka świadomość wartości dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego województwa śląskiego
19	Główne kierunki na rzecz realizacji celów operacyjnych oraz związane z nimi podstawowe typy działań; tabela 6, str. 70	Brzmienie celu CS1 Wysoka atrakcyjność oferty i infrastruktury turystycznej województwa śląskiego	Niezgodność w brzmieniu celu w różnych częściach dokumentu, np. na stronie 68	Uwaga uwzględniona	Ujednolicono
20	Główne kierunki na rzecz realizacji celów operacyjnych oraz związane z nimi podstawowe typy działań; tabela 6, str. 70	Brzmienie celu C1.1.w tabeli; powinno być Przestrzeń województwa śląskiego o wysokiej atrakcyjności i rozwiniętej infrastrukturze turystycznej	Niezgodność w brzmieniu celu	Uwaga uwzględniona	Ujednolicono
21	Główne kierunki na rzecz realizacji celów operacyjnych oraz związane z nimi podstawowe typy działań; tabela 6, str. 71	5. Rozwój infrastruktury synergicznie powiązanej z turystyką, w tym: — kulturalnej — sportowej i rekreacyjnej — edukacyjnej — informatycznej — infrastruktury	Uwaga edycyjna	Uwaga uwzględniona	Skorygowano



		bezpieczeństwa turystów i podmiotów działających w sferze turystyki (monitoringowa, ratownicza, zarządzania kryzysowego)			
22	Główne kierunki na rzecz realizacji celów operacyjnych oraz związane z nimi podstawowe typy działań; tabela 6, str. 71	6. Rozwój zielonej i błękitnej infrastruktury podnoszącej atrakcyjność przestrzeni regionu, w tym w oczach osób odwiedzających województwo, w tym: – kształtowanie atrakcyjnych przestrzeni zieleni w obszarach zamieszkania oraz integracja systemów przyrodniczych miast i ich otoczenia, w tym Metropolii Górnośląskiej.	Propozycja zapisu, zapis wynika z zakresu przedsięwzięcia Eko Śląskie ze Strategii Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2030”.	Uwaga uwzględniona	
23	Główne kierunki na rzecz realizacji celów operacyjnych oraz związane z nimi podstawowe typy działań; tabela 6, str. 72, Kierunek K1.1.2, punkt 1	– rozwój ilościowy aktualnego potencjału oraz nowe rodzaje przemieszczania się	Zapis niejasny	Uwaga uwzględniona	Skorygowano
24	Główne kierunki na rzecz realizacji celów operacyjnych oraz związane z nimi podstawowe typy	Wsparcie dla nowych firm w branżach turystycznych	We wskazanym kierunku K2.1.2 jak przy innych kierunkach nie doprecyzowano jaka „akcja” będzie podejmowana, w tym	Uwaga uwzględniona	Skorygowano. podobnie skorygowania kierunek K.2.1.3 na Wspieranie firm w regionie kreujących popyt na usługi turystyczne



	działań; tabela 6, str. 78, K2.1.2		przypadku samo wskazanie „Nowe firmy w branżach turystycznych” to nie jest jeszcze kierunek za którym idzie konkretne działanie. Należałoby również ujednolicić formułę zapisu kierunków, żeby brzmiały jednolicie.		
25	Główne kierunki na rzecz realizacji celów operacyjnych oraz związane z nimi podstawowe typy działań; tabela 6, str. 78, K2.1.2, K2.1.3. Firmy w regionie kreujące popyt na usługi turystyczne		Doprecyzować zapis, nie jest do końca jasne o co chodzi w tym kierunku, o jakie firmy w tym przypadku chodzi i o jakie działanie, czy będziemy wspierać powstawanie tych firm, czy ich współpracę, z jakiej branży są te firmy?	Uwaga uwzględniona	Jak wyżej. Nie doprecyzowano jakie to firmy ze względu na fakt że mogą to być zarówno firmy z branży turystycznej jak i innych np. kultury sportu.
26	Główne kierunki na rzecz realizacji celów operacyjnych oraz związane z nimi podstawowe typy działań; tabela 6, str.83		Zakres kierunku K4.1.1. Włączanie mieszkańców w proces rozwijania i wykorzystywania dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego powiela tematycznie kierunek K1.3.2. Rozwijanie istotnych dla rozwoju turystyki w regionie aktywności sektora obywatelskiego, w tym działanie 1. Wspieranie aktywności społecznych powiązanych z pielęgnacją lokalnego i regionalnego dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego	Uwaga uwzględniona	Skorygowano zapis typu: działania w kierunku K.1.3.2 na „ Wspieranie aktywności społecznych podejmowanych na rzecz promocji regionu i podnoszenia jego atrakcyjności turystycznej:.... ”
27	Analiza SWOT, tabela 7 Czynniki analizy SWOT, str. 90		Brak wskazania dla zagrożenia T6. Wysoka inflacja wpływająca na wzrost	Uwaga uwzględniona	



			kosztów inwestycji dla celu strategicznego.		
28	System monitoringu i ewaluacji, str. 99	Dodać z BDL GUS wskaźniki Wartość dodana brutto według sekcji PKD 2007 dla sekcji I i R oraz ich udział w wartości dodanej brutto ogółem	W zakresie oddziaływania turystyki w gospodarce wskaźniki te mogą być użyteczne	Uwaga uwzględniona	